



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**

**Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática**

**Escuela Académica Profesional de Ingeniería de Sistemas**

**Análisis y diseño de sistema prospección de clientes  
personalizado para empresas distribuidoras de  
producto software**

**TESINA**

**Para optar el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas**

**AUTOR**

**Junnior Saúl ROJAS MUÑOZ**

**ASESOR**

**Daniel Alfonso QUINTO PAZCE**

**Lima, Perú**

**2013**

**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E**  
**INFORMÁTICA**

**ANÁLISIS Y DISEÑO DE SISTEMA PROSPECCIÓN DE CLIENTES**  
**PERSONALIZADO PARA EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE**  
**PRODUCTO SOFTWARE**

Autor: ROJAS MUÑOZ, Junnior Saúl  
Asesor: QUINTO PAZCE, Daniel Alfonso  
Título: Tesina, para optar el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas  
Fecha: Julio 2013

---

**RESUMEN**

En la actualidad las empresas distribuidoras de producto software, para mantenerse y seguir creciendo en el mercado requieren incrementar sus ventas utilizando diversas estrategias, una de ellas es la venta directa o personal. Las ventas personales inician con la prospección de clientes, cada vez se prospecta a través de más canales gracias al internet (marketing digital).

Hay empresas que en la actualidad para administrar y controlar la fuerza de ventas y prospectos se basan en papel, mail y Excel, esto no permiten integrar los datos en tiempo real para obtener información y reportes de desempeño de los procesos de ventas, que nos permitan tomar decisiones oportunas y mejorar

nuestra estrategia comercial. [6]

El objetivo de este proyecto es la elaboración de prototipos de sistema para la Prospección de Clientes personalizado para empresas distribuidoras de producto software. Una justificación para elaborar este proyecto, es que empresas que adoptaron como estrategia comercial las ventas personales y además automatizaron su fuerza de ventas, hasta hoy continúan como líderes en su segmento industrial, me refiero a IBM y Dell. Otra justificación es la diferencia de costos entre un desarrollo propio e implementar un Salesforce.com/SugarCRM que cuestan casi el doble y se licencian por usuarios.

La metodología con la que desarrollaremos el proyecto es RUP, ya que es una metodología disciplinada, involucra análisis de riesgo, cubre todo el ciclo de vida del producto, soporta un enfoque de desarrollo iterativo incremental, proporciona iteraciones tempranas que se enfocan en validar y producir una arquitectura de software, un ciclo de desarrollo inicial que toma la forma de un prototipo ejecutable que evolucionará hasta convertirse en el sistema final y además tiene implícito en sus proceso de desarrollo la evaluación continua de la calidad con respecto a los requerimientos de calidad deseados.

Como resultado del trabajo realizado, hemos desarrollado prototipos en 79% de los requerimientos funcionales (sólo quedaron pendientes algunos reportes). Y

concluimos con lo que aprendimos al desarrollar el proyecto: Porcentaje de avance de objetivos, utilización solamente de los diagramas más importantes para este proyecto, estimación en lo que se ahorraría y ganaría al implantar el sistema y la ventaja de la separación por capas de la aplicación.

**Palabras claves:** Prospección de clientes, fuerza de ventas, CRM, sistema prospección cliente

**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**  
**FACULTAD DE INGENIERIA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA**  
**ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E**  
**INFORMÁTICA**

**SYSTEM ANALYSIS AND DESIGN FOR CUSTOMER**  
**PROSPECTING CUSTOMIZED FOR SOFTWARE PRODUCT**  
**DISTRIBUTION COMPANIES**

Autor: ROJAS MUÑOZ, Junnior Saúl  
Asesor: QUINTO PAZCE, Daniel Alfonso  
Título: Tesina, para optar el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas  
Fecha: Julio 2013

---

**ABSTRACT**

At present the software product distribution companies, to stay and grow in the market require to increase sales using various strategies, one of which is the direct sales. Personal sales begin with prospective customers, prospects increasingly through more channels through the internet (digital marketing) .

There are currently companies to manage and control the sales force and prospects are based on paper, mail and Excel, this does not allow the integration of real-time data for information and performance reports sales processes that allow us to timely decisions and improve our business strategy. [6]

The objective of this project is the development of prototype system for personalized Customer Prospecting for software product distribution companies . A justification for developing this project , is that companies that adopted as a business strategy and personal sales also automated its sales force to this day continue as leaders in their industry segment , I mean IBM and Dell . Another justification is the cost difference between an own development and implement a Salesforce.com / SugarCRM that cost almost double and are licensed users.

The methodology to develop the project is RUP because it is a disciplined methodology involves risk analysis, covering the entire product life cycle , supports an incremental iterative development approach provides early iterations that focus on validating and producing software architecture , initial development cycle that takes the form of an executable prototype will evolve into the final system and also has implicit in their development process the continuous quality assessment with respect to desired quality requirements .

As a result of work done, we have developed prototypes in 79 % of the functional requirements (only some reports still pending). We conclude with what we learned in developing the project: Percentage of progress of objectives, using only the most important diagrams for this project , estimate what beat would save and implement the system and the advantage of layering the application.

**Key words:** Customer prospecting, sales force, CRM, customer prospecting system